

DAFTAR PUSTAKA

- Andrawina, R. (2013). *Analisis Pengaruh Experiential Marketing , Perceived Quality Dan Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Raissa Andrawina Jurusan Manajemen.* 1–175.
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle>
- Armstrong, G., Kotler, P., & Opresnik, M. O. (2023). *Marketing: An introduction.* In *European Perspectives in Marketing.* Pearson Education Limited.
- Aswin, U. R., Handayani, S., Gustina, L., & Padang, I. Y. (2024). Hubungan Experiential Marketing dan Brand Commitment terhadap Niat Pembelian Ulang melalui Kepuasan Pelanggan pada Coffee Shop Janji Jiwa. *Jurna Ekonomi* 8, 29310–29319.
- Danun, D., Pongtuluran, A. K., Kannapadang, D., & Ekonomi, F. (2024). Pengaruh Personal Selling Dan Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Taurus Shop Kabupaten Tana Toraja. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 4.
- Ervandi, M. Z., & Nainggolan, R. (2021). Pengaruh Personal Selling Dan Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Thai Tea Di Surabaya. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 6(2), 152–161.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku-Konsumen.* (1st ed., Vol. 1). CV Budi Utama.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25.* Universitas Diponegoro.
- Habirowo, A. M. (2023). Strategi Promosi Café Rasa Koffie Melalui Teknik Sales Promotion , Personal Selling dan Direct and Digital Marketing Untuk. *Jurnal Lemondial Business School.*
- Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial* (Vol. 1, Issue 69). Trussmedia Grafika.
- Hardinawati, L. U., Sukarno, H., & Naviah, N. I. (2022). The Effect of Halal Labeling , Experiential Marketing , and Brand Equity on Purchasing Decisions at Kopi Kenangan Outlets. *ICCEIS.*
- Inayatuzzahra, S., Aulia, R. C., Pattiasina, K. A., Tamara, P. S., Fadila, N. N., & Wiharsono, G. (2024). Pengaruh Personal Selling Terhadap Keputusan Produk Kue. *Jurnal Ekonomi* 03(1), 51–59.
- Mendrofa, F. A. M., & Susilowati, K. (2024). *Metodologi Penelitian Kualitatif.* PT Penerbit Penamuda Media.
- Permatasari, S. L., Ridwan, I., Ambarkahi, R. P. Y., Wiguna, A. A., Universitasari, P. S., Mayasari, F., & Aulia, P. P. (2024). Strategi Pemasaran Kerupuk Barabir Mentah Produksi UD. Barokah Kecamatan Mangli Kabupaten Jember. *Journal of Business Management* 1/3 (2024) 87–89, volume 3, 111–122.

- Policarpio, J. E. A. (2024). *Principles of Marketing*. Toronto Academic Press.
- Rahma, A. N., Udin, M. S., & Akbar, T. (2023). Pengaruh Price , Place , Dan Direct Marketing Terhadap Purchase Decision Produk Serabut Kelapa Pada Rahma Craft Kabupaten Kediri. *Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 1(4).
- Rahmawati, I., & Hidayah, I. N. N. (2021). Analisis Experiential Marketing, Perceived Quality Dan Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kopi Good Day Cappuccino. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(3), 843–848.
- Sudirman, I., & Musa, M. I. (2023). *Strategi Pemasaran* (Ansar (ed.); I). Intelektual Karya Nusantara.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R & D* (4th ed.). Alfabeta.
- Sutantio, R. A., Putri Andini, D., Chairina, R. L., & Komariyah, S. (2023). Agro-Industry-Based Agricultural Development Strategy: The Concept of Sustainable Development Goals (SDGs). *Jurnal Ilmiah Inovasi*, 23(1), 84–91.
- Widodo, S., Ladyani, F., Asrianto, L. O., Rusdi, Khairunnisa, Lestari, S. M. P., Wijayanti, D. R., Devriany, A., Hidayat, A., Dalfian, Nurcahyati, S., Sjahriani, T., Armi, Widya, N., & Rogayah. (2023). Metodologi Penelitian. In *Cv Science Techno Direct*.
- Yuhedris Ilhami. (2023). *Pengaruh Experiential Marketing Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan Kafe Di Kedai Kopi Pekanbaru*. 21–23.